vinetur

Semper idem Underberg annonce une hausse d’environ 20 % des ventes d’Underberg et d’Asbach à l’étranger

Les volumes totaux à l’étranger ont progressé de 16 % au premier semestre, sans chiffres de vente communiqués par marque.

mardi 17 novembre 2026



Underberg et Asbach ont chacun augmenté d’environ 20 % le volume de leurs ventes hors d’Allemagne au premier semestre de l’exercice 2026/27, selon un communiqué publié lundi 16 novembre par Semper idem Underberg AG, le groupe allemand de spiritueux propriétaire des deux marques.

L’entreprise a indiqué que ces progressions avaient été enregistrées du 1er avril au 30 septembre, par rapport à la même période de 2025. Elle n’a publié aucun chiffre absolu en litres, en bouteilles ou en caisses pour l’une ou l’autre marque ; il est donc impossible de vérifier l’ampleur de la hausse au-delà des pourcentages figurant dans son communiqué. Elle n’a pas non plus fourni de ventilation par pays pour Underberg ou Asbach.

Semper idem Underberg a indiqué que le volume total de ses ventes hors d’Allemagne avait progressé d’environ 16 % au cours de la même période de six mois. Le groupe a cité le Brésil, les États-Unis et les pays nordiques parmi les principaux marchés de croissance de son activité à l’étranger, sans préciser la contribution de chacun ni indiquer si la hausse était davantage portée par l’une des deux marques.

Ces chiffres témoignent d’une demande internationale plus soutenue pour deux catégories différentes de spiritueux allemands. Underberg est la marque d’amer aux plantes du groupe, commercialisée depuis 1846. Asbach est une marque allemande de brandy fondée en 1892 et produite à Rüdesheim. Le communiqué de l’entreprise ne ventilait pas les résultats des deux marques par marché, prix ou gamme de produits.

Le groupe basé à Rheinberg a indiqué que son chiffre d’affaires au premier semestre était passé de 67,7 millions d’euros un an plus tôt à 68,4 millions d’euros, soit une hausse d’environ 1,0 % selon les chiffres communiqués. La progression a été plus lente que celle des volumes à l’étranger, ce qui laisse penser que la croissance a été inégale selon les régions ou les marques. L’entreprise n’a toutefois pas fourni suffisamment de détails pour mesurer l’influence des prix, de la composition des ventes ou des effets de change sur le résultat.

Semper idem Underberg a déclaré que la croissance à l’étranger était intervenue dans un contexte de faiblesse persistante du marché intérieur des spiritueux. Citant des données de NielsenIQ, l’entreprise a indiqué que le chiffre d’affaires du secteur

allemand des spiritueux avait reculé de 3 % au cours des neuf premiers mois de 2026. Elle a présenté ses propres résultats comme le signe d'un gain de parts de marché dans un marché en recul, sans toutefois publier de données sur ses parts de marché.

Parallèlement aux progressions à l'international d'Underberg et d'Asbach, l'entreprise a indiqué que les volumes de vente de sa marque St. Hubertus avaient augmenté d'environ 17 % en Allemagne au premier semestre de l'exercice. Elle a attribué cette hausse aux extensions de gamme récentes et à l'innovation produit.

Cette actualité sur les résultats des marques intervient alors que Semper idem Underberg prépare le refinancement d'un emprunt obligataire existant. Lundi 16 novembre, l'entreprise a annoncé que son directoire, avec l'approbation du conseil de surveillance, avait décidé d'émettre un nouvel emprunt obligataire arrivant à échéance en 2032, pour un montant cible pouvant atteindre 45 millions d'euros. Selon le groupe, cette émission servira à refinancer les obligations 2022/2028.

Le nouvel emprunt offre un taux d'intérêt indicatif compris entre 6,00 % et 6,75 %. Le coupon définitif sera fixé après la constitution du livre d'ordres, a indiqué l'entreprise. Les détenteurs des obligations 2022/2028 existantes peuvent les échanger contre les nouveaux titres à parité, selon un ratio de 1 pour 1, et recevoir un paiement en espèces de 5 euros par obligation échangée, auquel s'ajoutent les intérêts courus. La période d'échange a ouvert mardi 17 novembre et court jusqu'au 1er décembre à 18 h, heure d'Europe centrale.

Semper idem Underberg a également ouvert une offre au public pour le nouvel emprunt obligataire. Selon l'entreprise, les souscriptions sur son site internet ont débuté mardi 17 novembre et se poursuivent jusqu'au 3 décembre à 18 h, heure d'Europe centrale. Les souscriptions via le système DirectPlace de la Bourse de Francfort sont prévues du mercredi 18 novembre au 4 décembre à midi, heure d'Europe centrale. Le montant minimum de souscription est de 1 000 euros. L'entreprise a précisé qu'elle se réservait le droit de clôturer l'offre par anticipation.

Selon l'entreprise, le prospectus obligataire devait être approuvé lundi 16 novembre par le régulateur financier luxembourgeois, la Commission de Surveillance du Secteur Financier. Semper idem Underberg a indiqué que les nouveaux titres étaient destinés à

être négociés sur le segment Open Market de la Bourse de Francfort. Un placement privé auprès d'investisseurs institutionnels dans certains pays européens était également prévu, avec B. Metzler seel. Sohn & Co. Aktiengesellschaft comme seul chef de file.

Le groupe a indiqué avoir réalisé un chiffre d'affaires de 136,9 millions d'euros au cours de l'exercice 2025/26 et un EBITDA ajusté de 12,3 millions d'euros. Pour l'ensemble de l'exercice 2026/27, il prévoit un chiffre d'affaires proche de celui de l'exercice précédent et un EBITDA ajusté dans le haut de sa fourchette cible, comprise entre 11 et 12 millions d'euros.

Semper idem Underberg se présente comme un producteur et distributeur familial de spiritueux haut de gamme. Outre Underberg et Asbach, son portefeuille comprend PITÚ, St. Hubertus, XUXU, Zwack Unicum et Grasovka, ainsi que des marques partenaires distribuées par le groupe, telles qu'Amarula, BOLS, Koskenkorva Vodka, Linie Aquavit, STROH, The Standard 1894, Túnel et Ouzo of Plomari. Dans le même communiqué, l'entreprise a indiqué que sa filiale de distribution en Allemagne prendrait également en charge la distribution des whiskies Loch Lomond dans le pays, poursuivant ainsi le développement de son activité avec des marques partenaires.